

God kommunikation - i Region Hovedstaden

Denne første del beskriver de overordnede tanker om kommunikation i organisationen Region Hovedstaden.

I anden del finder du visionen og principperne udmøntet i en plan og et årshjul med en række fokusområder og konkrete kommunikationsaktiviteter, der er politisk vedtaget og/eller involverer det politiske niveau i de kommende to år og som understøtter kommunikationspolitikens intentioner.

Forord

Regionsrådet er en politisk organisation, hvis medlemmer demokratisk er valgt til at sikre borgerne et sundhedsvæsen i verdensklasse for alle borgere og samtidig stå i spidsen for udviklingen af en region med grøn vækst, internationalt udsyn og sammenhængende infrastruktur

Alene Region Hovedstadens størrelse forpligter. Vi har gennemført Danmarks historiens største fusion og det har krævet kommunikation. Med mere end 40.000 ledere og medarbejdere skal vi hele tiden blive dygtigere til at dele viden og mere effektive for at klare 1,7 mio. borgeres behov for et kompetent sundhedsvæsen og fremsynet regional udvikling. Gennem kommunikation kan vi sammen sikre åbenhed om vores valg, troværdig dialog med vores mange faggrupper og andre interessenter og demokratisk, meningsfuld og menneskelig inddragelse af borgere.

For at skabe en velfungerende og sammenhængende kommunikation skal alle leve op til et fælles sæt af principper og målsætninger.

Når vi kommunikerer, er det med fokus på borgere, herunder patienter, beboere og brugere.

Slettet: og borgere.

Det betyder, at ledere og medarbejdere ikke blot har et ansvar for at kommunikere, men også at være på forkant, når de udfører deres opgaver. Det er en del af arbejdsopgaven og betyder at kommunikation indgår i alle beslutninger, så de kendes af medarbejdere, borgere og relevante omgivelser.

Politikere i regionsrådet er både beslutningstagere og ambassadører for regionens samlede virke.

Regionsrådet har derfor vedtaget denne kommunikationspolitik for Region Hovedstaden.

Politikken gælder for os alle og den formidler de beslutninger, der har betydning for os alle.

Vibeke Storm Rasmussen

Regionsrådsformand

Formålet

Velfungerende og sammenhængende kommunikation på alle niveauer er rygraden i en moderne organisation. Derfor vægter vi arbejdet med kommunikation højt i Region Hovedstaden.

Der er mange grunde:

Region Hovedstaden er en politisk organisation, hvor regionsrådet er et demokratisk valgt organ. Kommunikation holder medarbejderne orienteret og deler viden. Kommunikation betyder, at borgere forstår dilemmaer og prioriteringer og får mulighed for at påvirke den regionale udvikling og Region Hovedstadens forskellige projekter. Kommunikation betyder, at patienter kender deres behandlingsforløb, at de inddrages og at regionens ledere er ansvarlige for at kodeks for patientkommunikation efterleves.

Kommunikationspolitikken skal støtte hele Region Hovedstaden i arbejdet med at nå disse overordnede mål – internt såvel som eksternt.

Kommunikation skal afspejle, at Region Hovedstaden er én samlet organisation. Kommunikationen skal derfor være med til – både internt og eksternt - at synliggøre hele organisationen, og sikre at vi ses som en regional spiller og kommunikerer fællesskabet.

Slettet: Region
Hovedstadens

Slettet: k

Slettet: vi

Idéen er, at dialogen er en afgørende faktor for vækst og udvikling. Den skal:

- sørge for at vi forstår os selv - og kendes som en åben, dynamisk og kompetent organisation,
- skabe bred forståelse for og accept af regionernes arbejde, også når det gælder trafikpolitik, erhvervs politik eller løsninger på infrastrukturens udfordringer,
- sikre at vi inddrager borgere i en demokratisk proces, så de valg, regionsrådet træffer, kan forstås og accepteres,
- sikre at vi ses som en samlet regionalpolitisk aktør i samspil med kommuner, regionerne i mellem, på det statslige niveau og med de mange andre aktører i regional udvikling,
- sikre indflydelse på den regionale udvikling såvel som på sundhedspolitik og socialpolitik, så vi bliver hørt, når emner af betydning for os diskuteres,
- bygge bro til svage patientgrupper,
- sikre at vi kendes som en attraktiv arbejdsplads, der konkurrerer internationalt.

Region Hovedstaden indgår i den internationale konkurrence med andre regioner og storbyer og skal med gode rammer og infrastruktur kunne tiltrække virksomheder og arbejdspladser, talenter, investeringer og turister.

Muligheden er aktivt at udnytte regionens position som

- leverandør af ny forskning,
- innovativ bygherre i forbindelse med hospitalsbyggeri,
- indkøber og bruger af ny grøn teknologi,
- udvikler af lægemidler og service og
- markant efterspørger af kompetente medarbejdere.

Vi er ambitiøse på kommunikation, fordi den hjælper os til at skabe vækst, velfærd og et sundhedssystem i verdensklasse, og fordi vores demokrati bygger på kommunikation.

Værdierne

- Åben - medier er vores helt nødvendige med- og modspiller. Vi er gerne på forkant, tilgængelige, modtagelige og tydelige,
- Troværdig – vi er faglige, kompetente, realistiske og præcise,
- Menneskelig – vi er ordentlige, lyttende, accepterende og kommunikerende,
- På forkant – vi venter ikke med at tage initiativerne, men er beredte.

Det betyder at:

Alle - **medarbejdere som ledere** - har en grundlovssikret ret til at ytre sig og et ansvar for loyalt at forsøge at leve op til værdierne.

Vi forventer kendskab til beslutningsgangene, og at man giver udtryk for sin holdning på rette tid og sted.

Vi har brug for moderne ledere, som kan og vil stå på mål for egne ideer, og samtidig både kan og vil kommunikere de rammer og politikker, der er udstukket – og forvalte den balance på ordentlig vis. Det betyder, at vi stiller krav til lederne om at kunne tegne de større perspektiver i arbejdet for og med medarbejdere, tillidsrepræsentanter og omgivelserne.

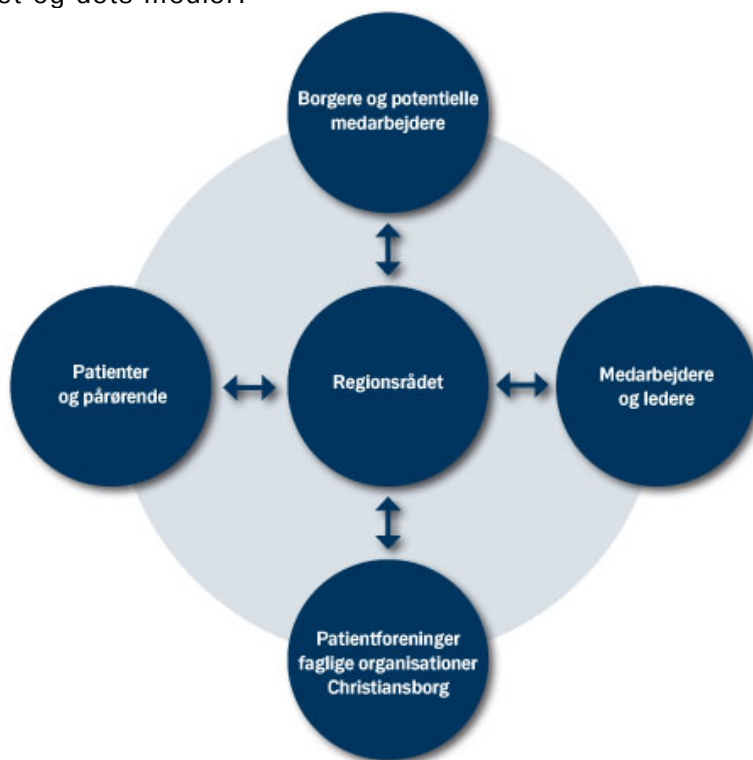
Vi vil skabe en kultur, hvor vi møder **borgere, patienter og pårørende** i øjenhøjde, tager dem alvorligt og inddrager dem. Vi vil udvikle et kodeks for god patientkommunikation og holde organisationens ledere ansvarlig for at vi også lever op til værdierne.

Borgere skal opleve at møde mennesker og menneskelighed – og ikke blot et system.

Slettet: Brugere og borgere

Henvendelser fra **medierne** prioriteres højt i det daglige arbejde og vi giver alle journalister - hvad enten de kommer fra et landsdækkende medie eller et lokalt ugeblad - en ensartet og god service. Vi anerkender journalisternes arbejdsbetingelser og krav om hurtige svar. Vi forventer, at de enkelte

hospitaller og virksomheder i organisationen arbejder sammen med lokalområdet og dets medier.



Målgrupper

Målgrupperne når vi på forskellig vis og ad en række helt forskellige kanaler, de er i praksis ikke adskilte størrelser og gensidigt påvirkelige.

Fx. kan borgerne, blive pårørende eller patienter på et tidspunkt i deres liv og en del af borgerne kan være tidligere, nuværende eller fremtidige medarbejdere. Så både den interne og den eksterne kommunikation skal være bærer af de samme værdier og holdninger.

- **Borgere og potentielle medarbejdere**

Kommunikation gennem eksterne medier, borgertopmøder, åbent-hus arrangementer, høringer, web, kampagner.

- **Patienter og pårørende**

Kommunikation gennem høring af patientgrupper, dialogmøder, patientinformation, kodeks for god patientkommunikation, web, mobilkommunikation.

- **Medarbejdere og ledere**

Kommunikation gennem MED-organisation, intranet, interne kampagner, online nyhedsbreve, ledelseskommunikation på web.

- **Interessenter**

Kommunikation gennem eksterne medier, målrettet interessant kommunikation i form af nyhedsbreve, ekstranet og web.

Det er værd at erkende, at medierne optræder som en selvstændig aktør, med selvstændige interesser.

Det er ligeledes værd at erkende, at de nævnte målgrupper og kommunikationskanaler ikke udgør en udtømmende liste.

Mål og måling

For at leve op til kommunikationspolitikken intentioner måler vi effekten af kommunikationsarbejdet. Vi skal blive bedre til at lære af de bedste, så viden breder sig som ringe i vandet. Derfor skal der udvikles både en benchmark/best practice og et kommunikationsregnskab for regionen.

Ideen med benchmark/best practice er at sætte og forfølge et mål – og dermed også at prioritere, hvad vi løber efter. Der foretages en måling og sættes nye mål hvert år, jf. bilag a.

Det er tanken, at vi i Region Hovedstaden benchmarker på egne hospitaller og virksomheder, såvel på intern som på ekstern kommunikation, og på sigt er det ideen også at invitere de fire andre regioner til at måle sig med os i 2013/14.